

Reportagens da dupla Nasser-Manzon: a Segunda Guerra nas páginas da revista O Cruzeiro¹

Rafaela PECHANSKY²

Antônio HOHLFELDT³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

O presente trabalho analisa o modo como a revista O Cruzeiro abordou o assunto da Segunda Guerra Mundial em suas edições no período de junho a dezembro do ano de 1945. Buscando verificar quantitativamente e qualitativamente se deu o tratamento de temas relacionados ao fim do conflito, foi utilizada a Análise de Conteúdo como metodologia. Os conceitos utilizados para confrontar o corpus são provenientes de pesquisas dos autores Nelson Traquina (2003) e Breed (1955) acerca do jornalismo inserido na teoria organizacional. Focamos nas reportagens da dupla David Nasser e Jean Manzon, que marcaram as páginas da revista tratando do assunto da Guerra.

Palavras-chave: O Cruzeiro; jornalismo; guerra

Introdução

A discussão acerca do modo subjetivo com o qual cada veículo comunicacional pautava um evento de grande porte e *recorta* um acontecimento é de suma importância para que futuros jornalistas possam realizar a tarefa da forma mais ampla possível. Para tentar elucidar a questão, é fundamental que se conheça como ocorreu a evolução do jornalismo. O entendimento da História é condição *sine qua non* para entender o contexto no qual estamos inseridos, tanto como indivíduos, como sociedade, como profissionais da área.

Assim, seleciona-se, como ponto de partida, da presente pesquisa, a Segunda Guerra Mundial. Diante da grandiosidade do acontecimento, surge o questionamento sobre o modo como a imprensa brasileira tratou do assunto. A revista O Cruzeiro foi uma das publicações mais importantes do século XX, no Brasil. Lançada em 1928, pelos Diários e Emissoras Associados, empresa de Assis Chateaubriand, também conhecido como Chatô, a publicação semanal inovou do ponto de vista gráfico e fotojornalístico, impactando o cenário midiático do país.

É neste contexto que se estabelece o objetivo da presente pesquisa: analisar a cobertura jornalística da Segunda Guerra Mundial pelos jornalistas David Nasser e Jean Manzon na Revista O Cruzeiro, com foco no período que o acontecimento teve fim - 1945.

1 Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Mestranda do Curso de Comunicação Social da PUCRS. E-mail: rafaela.pechansky@gmail.com

3 Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da PUCRS. E-mail: hohlfeld@pucrs.br

A partir da metodologia francesa de Análise de Conteúdo, da autora Laurence Bardin, busca-se identificar quantitativamente e qualitativamente e analisar como as reportagens da revista fizeram referência ao fim do conflito.

O Cruzeiro: uma revista moderna

No dia 04 de maio de 1928, na sede de O Jornal, então funcionando em um prédio estreito, de três andares, no Rio de Janeiro, reuniu-se um grupo de jornalistas convidados pelo anfitrião e diretor do matutino, Assis Chateaubriand. O objetivo do encontro era a fundação de O Cruzeiro, uma publicação semanal ilustrada. Naquela época, o jovem paraibano Chateaubriand começava a criar um verdadeiro império de comunicação, denominado Diários Associados (NETTO, 1998). Segundo Romanello (2009), a história da revista confunde-se com a história de vida do advogado e jornalista aventureiro, Assis Chateaubriand Bandeira de Mello – conhecido pelo público como Assis Chateaubriand e, pelos íntimos, simplesmente como Chatô.

É possível encontrar a descrição detalhada da primeira capa da revista em diversas pesquisas: os teóricos parecem tentar captar e passar ao leitor o espírito da publicação, que era tão diferente das outras contemporâneas. Em um fundo azul emoldurado por uma tarja prateada, estava um desenho hiper-realista do rosto de uma moça com ar *vamp*, unhas cintilantes, sombra nos olhos e boquinha pintada, como se soprasse um beijo para os seus 50 mil leitores (NETTO, 1998): “a capa do primeiro número, por si só, já era um bom exemplo da proposta do editorial” (GAWRYSZEWSKI, 2009, p.35).

No editorial sem assinatura da primeira página, a direção prometia uma publicação bem mais ingênua do que poderia sugerir o ar lascivo da capa: esclarecia que, se um jornal pode ser o órgão de um partido, de uma facção, de uma doutrina, uma revista como O Cruzeiro, no entanto, seria um instrumento de educação e de cultura: “Onde se mostrar a virtude, animá-la; onde se ostentar a beleza, admirá-la; onde se revelar o talento, aplaudi-lo; onde se empenhar o progresso, secundá-lo” (MORAIS, 2002, p.188). Naquele primeiro editorial de O Cruzeiro, foi lançada, ainda, a promessa de “ser a mais moderna das revistas”. É este o título que, entre todos, se empenhou por merecer e conservar durante o resto de sua trajetória (CARVALHO, 2001).

Durante diversos anos, a publicação esteve à frente de todas as publicações do gênero no Brasil. Além de manter o seu alto padrão de qualidade, para Netto (1998),

quando O Cruzeiro atingiu a sua fase de maior sucesso, era uma revista essencialmente eclética, destinada a ser lida por um público diversificado, de todas as classes sociais, incluindo homens e mulheres.

Num país com milhões de analfabetos, o apogeu da revista foi o que se chamou de *milagre editorial*: com tiragem de 850 mil exemplares circulando em território nacional, calculava-se – imaginando que cada exemplar seria lido por cinco pessoas – que O Cruzeiro passaria pelas mãos de nada menos que quatro milhões de leitores a cada semana, espalhados por oito milhões de quilômetros quadrados. Estes números são ainda mais impressionantes se pensarmos que nos anos 50, apogeu da revista, a população do Brasil mal passava dos 50 milhões de habitantes (NETTO, 1998, p.123).

No que tange ao conteúdo da revista, diversos autores ressaltam a constante presença de assuntos culturais efervescentes para a época, como o cinema americano. O colunista de cinema Alex Vianny – mais tarde cineasta e militante do cinema brasileiro –, por exemplo, tornara-se um produtivo correspondente em Hollywood. E a popularidade era recíproca. Segundo Carvalho (2001), Vianny, na edição de 27 de outubro de 1945, a do décimo sétimo aniversário da revista, mandou, de Los Angeles, “astros e estrelas de Hollywood felicitam O Cruzeiro”. O material era composto por fotografias de uma dúzia de personalidades sagradas do cinema, com mensagens assinadas de saudação à revista.

A corrente modernista também se refletia nas escolhas temáticas da publicação: “A revista trazia farta documentação fotográfica do Brasil [...] com os acontecimentos da semana e matérias sobre a fauna e a flora” (NETTO, 1998, p.37). Além das reportagens, abrangia enorme diversidade de assuntos. Complementando o sumário, com a presença de colunistas fixos, O Cruzeiro contava com o mundanismo de “Vida fútil”, de Peregrino Júnior, Gilberto Trompowski, Martine Poincaré; a coluna “Modas”, com correspondência enviada de Paris, mostrando com exclusividade os principais desfiles dos melhores costureiros franceses; Austregésilo de Athayde, com seus comentários políticos, e ainda seções sobre cinema, rádio e teatro (NETTO, 1998). Paralelamente, no âmbito cultural, a revista seguia a tendência de cobrir uma grande variedade de temas julgados pertinentes, na época (GAWRYSZEWSKI, 2009); “[...] acontecimentos sociais de toda ordem; moda, beleza e culinária; muito cinema americano; competições esportivas; notícias requentadas”, enumera Carvalho (2001, p.63), ressaltando a presença de uma “farta cobertura da Segunda Guerra Mundial”.

Nasser-Manzon: a dupla

Ainda na década de 1940, o conteúdo da revista, cada vez mais diversificado, atraía, não somente o público-alvo a que se destinara originalmente - a classe média. Geralmente, as capas traziam modelos, atrizes e mulheres bonitas, sendo raras as capas políticas. Getulio Vargas, Juscelino Kubitscheck, João Goulart e Jânio Quadros estão entre essas raridades (BARBOSA, 2002).

No início da década de 1940, a revista possuía uma tiragem de 45 mil exemplares, em outubro de 1940, e 58 mil, dois anos mais tarde. Bem à frente da principal concorrente, a Revista da Semana; e com faturamento publicitário superior ao da receita com as vendas avulsas (CARVALHO, 2001). O período dos anos 1940 também pode ser considerado de fortalecimento político de Chateaubriand e de consolidação de suas empresas. Foi nesta época que a revista estruturou-se e modernizou-se, tornando-se a mais importante do Brasil das décadas seguintes (ROMANELLO, 2009).

Em 1943, chega à revista o fotógrafo Jean Manzon. Na época, o experiente repórter francês era conhecido como um proeminente fotógrafo, ex-funcionário da revista *Match* (BARBOSA, 2002), publicação que vivia exclusivamente de grandes reportagens (NETTO, 1998). Iniciou-se uma fase de grande modernização em O Cruzeiro, que instituiu em suas redações novas concepções estéticas de fotografia e novos modelos de editoração (GAWRYZSEWSKI, 2009).

Um exame da coleção a partir de janeiro de 43 mostra que a revista buscava ampliar o universo de leitores com matérias de serviços, entretenimento e cultura. O Brasil nunca vira fotos produzidas como as de Manzon, a não ser quem comprava as revistas ilustradas estrangeiras. Enquadramento perfeito, ângulos novos, closes de arrepiar, caras e bocas que pareciam em movimento, um estilo completamente novo se comparado ao das fotos da imprensa brasileira, incluindo O Cruzeiro (CARVALHO, 2001, p.67).

O francês teve, ainda, de se esforçar muito pelo sucesso da imagem do DIP e do Estado Novo: no final de 1940, acumulou outro trabalho, o de “photographo-chefe” da revista *Sombra*, a mais sofisticada da época – entusiasticamente governista e voltada para a alta sociedade (CARVALHO, 2001).

Naquele mesmo ano, também entrava na publicação o repórter de origem libanesa, David Nasser. A parceria entre os dois mudaria para sempre o rumo da revista. Nasser trabalhou nela por 30 anos, de 1943 a 1974, e era o principal repórter de O Cruzeiro, desfrutando de um enorme prestígio, com uma capacidade de escrever poucas vezes vista

antes no país (NETTO, 1998). De acordo com Carvalho (2001), Nasser jorrava o texto, apresentando fluência e riqueza verbal, independentemente do tema abordado. Chatô chegou a classificar a dupla como a “mais suntuosa de O Cruzeiro”. Durante 9 anos, Nasser e Manzon trabalharam juntos, realizando matérias que entraram para a história. “A fórmula foi um sucesso. As reportagens da dupla logo passaram a ocupar as primeiras páginas da revista [...] Eles buscavam sempre casos sensacionais, que a imprensa daquela época abordava de forma insossa” (NETTO, 1998, p.109).

Metodologia e Análise

Sendo o objetivo geral da presente pesquisa a análise de 09 exemplares da revista O Cruzeiro, publicados no período de junho a dezembro de 1945, foi adotada como metodologia a Análise de Conteúdo (AC)⁴. O método foi eleito uma vez que se pretendeu realizar uma análise quantitativa – verificar com qual frequência surge a temática da Segunda Guerra Mundial entre as 31 publicações disponíveis – e qualitativa – analisar como efetivamente se deu tal cobertura.

Após definirmos o ano de 1945 como o período de análise – por ser um ano de profundas transformações político-sociais no Brasil – optamos por trazer o enfoque para o segundo semestre, visando respeitar o critério de exaustividade de Bardin, limitando a pesquisa a 31 exemplares. Focando nas reportagens de autoria de David Nasser e Jean Manzon, nos deparamos com 01 edição em junho, 02 edições em julho, 03 edições em setembro, 01 edição em outubro e 02 edições em novembro, totalizando 09 edições. O material utilizado é parte do acervo do Museu de Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre.

Após realizar uma primeira análise dos exemplares de junho a dezembro de 1945 da revista, foi verificado que a presença do tema do final da guerra foi, de fato, uma constante nas páginas da publicação. Para chegar a tal conclusão, fizemos uso da *leitura flutuante* – a primeira atividade que nos permitiu estabelecer contato com os documentos a serem

⁴Para uma maior efetividade da pesquisa, Bardin (2011) sugere que dividamos o método em três etapas, sendo elas a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, incluindo a inferência e a interpretação. A primeira é a fase de organização propriamente dita, contendo três missões: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração dos indicadores que fundamentem a interpretação final. Tais processos, lembra a autora, não ocorrem necessariamente em uma ordem cronológica, estando, porém, intimamente ligados. Após uma leitura *flutuante*, que consiste em um contato inicial com os documentos a serem analisados, é realizada a escolha efetiva do *corpus*.

analisados. Nesta fase, surgiram as primeiras impressões acerca dos documentos examinados.

Tabela 1 – Total de edições que abordaram a Segunda Guerra Mundial

Mês	Nº edições	Nº edições que abordaram o tema
JUNHO	05	04
JULHO	04	04
AGOSTO	04	03
SETEMBRO	05	04
OUTUBRO	04	03
NOVEMBRO	04	03
DEZEMBRO	05	03
TOTAL	31	24

Tabela 2 – Presença de reportagens de David Nasser/Jean Manzon

Mês	Nº edições que tiveram gênero informativo*	Nº edições que tiveram reportagens assinadas por David Nasser e/ou Jean Manzon
JUNHO	02	01
JULHO	03	02
AGOSTO	01	0
SETEMBRO	03	03
OUTUBRO	01	01
NOVEMBRO	02	02
DEZEMBRO	01	0
TOTAL	13	09

Após o levantamento das edições, a partir das quais constituiremos o *corpus* da pesquisa, para melhor organizar as unidades de registro, visualizaremos claramente os dados, de forma a permitir, por exemplo, uma análise comparativa. Cada código representa uma Unidade de Registro (sua cópia podendo ser encontrada em anexo, no final deste

trabalho), extraída de edições da revista O Cruzeiro presentes no acervo do Museu Hipólito José da Costa, em Porto Alegre. O levantamento foi realizado no período de fevereiro a junho de 2014. Também é importante assinalar que os códigos estão enumerados em ordem crescente e acompanhados por uma letra que corresponde ao mês de edição. Assim, A = junho; B = julho (e assim sucessivamente, até dezembro).

Tabela 3 - Unidades de Registro⁵

UNIDADE DE REGISTRO	EDIÇÃO	DATA	TÍTULO	GÊNERO
01-A	33	09/06/1945	Neurose de Guerra	Informativo
02-B	37	07/07/1945	Os “33” do Pacífico	Informativo
03-B	40	28/07/1945	A volta	Informativo
04-D	46	08/09/1945	As “Jeanne” sem punhais	Informativo
05-D	47	15/09/1945	Fábricas de morte lenta	Informativo
06-D	48	22/09/1945	O mistério do submarino T-2	Informativo
07-E	01	27/10/1945	Desertores da F.E.B	Informativo
08-F	04	17/11/1945	O erro de Prestes	Informativo
09-F	05	24/11/1945	Margarida – a falsa espiã	Informativo

Das 31 edições publicadas ao longo destes sete meses (selecionados em função da necessidade de um recorte e foco), 24 edições abordaram o tema – algumas pautando o assunto de forma mais superficial, de passagem, e outras o colocando em foco. É evidente, portanto, a ocorrência frequente da cobertura do tema. Carvalho (2001) também defende que a publicação possuía farta cobertura da guerra, mas pondera que o assunto era tratado em meio a outros acontecimentos variados: moda, beleza, culinária. A partir de uma maior exploração do material, veremos como se deu, efetivamente, tal abordagem do tema.

⁵José Marques de Melo classifica os gêneros baseando-se em dois critérios: a intencionalidade e a natureza estrutural do relato, limitando-se aos gêneros informativo e opinativo, excluindo os demais, por não encontrarem *ancoragem* na prática jornalística brasileira. Pelo ângulo da intencionalidade, nos relatos informativos, há o desejo de *reproduzir* o real: “a partir da observação de um acontecimento do que se aceita como realidade empírica, sua apreensão e descrição são feitas pela instituição jornalística com base no desejo de ‘saber o que se passa’” (MARQUES DE MELO apud COSTA, 2008). O relato tem sua estrutura dependente de variáveis externas: os acontecimentos e a relação estabelecida entre o jornalista e os protagonistas do acontecimento. Enquanto isso, no gênero opinativo, a intenção de “ler” o real, ou seja, a análise e a avaliação (atribuição do valor) possível desta realidade seria baseada no desejo da coletividade de “saber o que se pensa sobre o que se passa”. Aqui, a estrutura dependeria do controle, pela instituição, da autoria e da angulação da narração. Por estes critérios, temos a seguinte classificação: o jornalismo informativo comporta os formatos nota, notícia, reportagem e entrevista. Nos formatos opinativos estão o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta.

Criamos uma tabela com palavras-chave, buscando verificar as matérias com conteúdo semelhante, facilitando a identificação de “padrões”. Obteve-se o seguinte quadro:

Tabela 4 – Palavras-chave

Unidade	Título da reportagem	Palavras-chave
01 – A	Neurose de Guerra	trágica; dolorosa; mutilados mentais; figuras sombrias
02-B	Os 33 do Pacífico	combate aos japoneses, jovens oficiais; guerra
03-B	A Volta	cidadão humilde; triste; fome
04-D	As Jeanne sem punhais	fúria; heróicas incursões; angústia
05-D	Fábricas de morte lenta	morte; trágica; barbárie
06-D	O mistério do submarino T-2	luta; sacrifícios; injustiça
07-E	Desertores da F.E.B	transviados; sentença; crime
08-F	O erro de Prestes	fascismo; morte; agonia do regime
09-F	Margarida, a falsa espia	traição; morte, medo

Sobre a visão daqueles que escreviam para a revista, é possível inferir que havia uma preocupação gerada por incertezas em relação ao assunto. Seguidamente, vemos Nasser questionando sobre as diretrizes futuras que o fim da Guerra traria, algo que mudou para sempre o panorama geopolítico da humanidade. Um sentimento de revolta contra o nazifascismo também é evidente nos escritos pelo jornalista.

Análise

Durante a revisão da evolução histórica de O Cruzeiro, percebemos a influência que Assis Chateaubriand, enquanto dono de um conglomerado comunicacional e de enorme poder econômico-político no contexto brasileiro de 1945, teve sobre o conteúdo publicado pela revista. Atentando para tal fato, e buscando melhor compreender quais elementos jornalísticos permearam as escolhas de conteúdo da publicação, utilizamos as referências de Nelson Traquina (2003) acerca da teoria organizacional, considerando o jornalismo enquanto prática e instituição social. Também utilizamos a obra de Mauro Wolf (2008) acerca dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia.

Nelson Traquina (2003) defende que, ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias correntes

teóricas que tentariam responder à pergunta: por que as notícias são como são? Estas teorias, pondera o autor, não se excluem mutuamente, não sendo *puras* ou necessariamente independentes umas das outras. Sobre o jornalismo como prática, Kovach e Rosenstiel (2004) defendem que, na medida em que a imprensa moderna começou a se formar, com o surgimento da teoria democrática, a promessa de veracidade e precisão logo se tornou uma parte poderosa, até mesmo das primeiras tentativas de *marketing* do jornalismo. O mais incipiente jornalismo colonial era uma mistura estranha de ensaios e fatos, mas, ao livrar-se do controle político, no século XIX, o jornalismo procurou seu primeiro grande público com base no crime, no escândalo, nas emoções fortes e no endeusamento das celebridades.

Traquina nos conduz à teoria organizacional, na qual “a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma cultura organizacional e não uma cultura profissional” (TRAQUINA, 2003, p.72). Foi em uma revista chamada *Forças Sociais* que Warren Breed publicou o primeiro estudo que gerou a teoria. Em seu pioneiro estudo científico, Breed busca compreender melhor o processo do jornalismo enquanto prática. Baseado em sua própria experiência, o autor defende que existe um código de ética dentro das redações e que certas regras existem e regem o comportamento dos jornalistas, bem como suas escolhas. Esta é a chamada *socialização* da redação.

Para Traquina (2003), tal teoria alarga a perspectiva teórica, indo de um âmbito individual a um nível mais vasto: a organização jornalística. No seu estudo, intitulado “Controle social da redação: uma análise funcional”, Breed insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização para a qual trabalha. Seria possível inferir que o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que tivesse trazido consigo:

As notícias são um valor máximo; o seu trabalho de 24 horas; as notícias são um desafio constante. Assim, o jornalista investe na realização desse objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. É preciso ir em busca das notícias; é preciso vencer a hora do fechamento; assim a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia (TRAQUINA, 2003, p.74).

Assim, na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização em que é sublinhada a importância de uma *cultura organizacional*, e não uma *cultura profissional*. Breed identifica seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial da organização: (1) A autoridade institucional e as sanções – para o autor, é verdadeiro o fato de os jornalistas ainda recearem as punições, uma vez que a chefia tem o poder de decidir

quem irá fazer a cobertura de que acontecimentos, e nem todos os acontecimentos são encarados da mesma forma, havendo tarefas que a maioria dos jornalistas considera mais interessantes e outras menos agradáveis; (2) Os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores – segundo Breed, poderiam ser criados laços de amizade ao longo do tempo e um sentimento de respeito em relação aos jornalistas mais velhos, que servem como exemplo; (3) As aspirações de mobilidade – em seu estudo, Breed descobriu que os jornalistas consideravam que a luta contra a orientação da política editorial do jornal podia ser um obstáculo para os avanços na carreira; (4) A ausência de grupos de lealdade em conflito – trata-se da teoria de que o local de trabalho dos jornalistas é relativamente pacífico, em que as organizações sindicais não interferem em assuntos internos; (5) O prazer da atividade – Breed defende que os jornalistas gostam do seu trabalho: existem diversas gratificações não-financeiras que os jornalistas ganham. “Os jornalistas estão próximos das grandes decisões sem terem de as tomar; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática” (BREED apud TRAQUINA, 2003, p.74); (6) As notícias como valor – as notícias seriam um valor máximo, sendo um trabalho de 24 horas e um desafio constante: a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia.

Assim, Breed defende que os supracitados fatores promoveriam o conformismo com a política editorial da empresa jornalística. Breed acrescenta que cinco destes fatores parecem ser constantes e ocorrem em todos os jornais estudados. O fator variável seria o segundo: a obrigação e a estima que os jornalistas mantêm pela direção e pelos jornalistas mais antigos. Segundo ele, este segundo fator parece ser a variável ativa determinante, não só do conformismo para com a política editorial da empresa, mas também da moral e do bom desempenho profissional.

Breed reconhece que um determinismo, ou melhor dito, um *ditatorialismo* organizacional seria de difícil implementação devido à natureza do trabalho jornalístico e a um mínimo de autonomia profissional que ela exige. Ainda mais, qualquer tentativa de obrigar o jornalista a seguir uma dada política constituiria um tabu ético e uma clara afronta a um dos pilares da legitimidade profissional – a independência do jornalista. O autor aponta, então, alguns fatores dentro da área de influência do jornalista que o ajudam a ludibriar o controle da empresa e que indicam que, sob certas condições, os controles que levam ao conformismo com a política editorial da empresa jornalística podem ser ultrapassados.

A conclusão de Breed é que a linha editorial da empresa jornalística é geralmente seguida e que a descrição da dinâmica situação sociocultural da redação sugere explicações para esse conformismo. A fonte de recompensas do jornalista não se localizaria entre os leitores, que são manifestamente os seus clientes, mas entre os colegas e superiores: ao invés de aderir a ideias sociais e profissionais, o jornalista redefiniria os seus valores até o nível mais pragmático do grupo redatorial.

Outros estudos sobre o jornalismo demonstram também a importância da organização jornalística. O primeiro estudo sobre jornalistas, publicado em 1937, de Leo Rosten, demonstrou que mais de 60% dos jornalistas entrevistados indicaram que “sentiram pressões sutis destinadas a obrigá-los a orientar as suas notícias no sentido das ideias da direção”. Assim, segundo a teoria organizacional, as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista, sabendo que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle, teriam de antecipar-se às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques de seus textos (trabalho suplementar para a organização) ou até reprimendas – dois meios que fazem parte do sistema de controle.

Para Franciscato (2005), compreender mais profundamente como o jornalismo se constituiu em uma instituição social requer uma discussão mais articulada sobre alguns aspectos históricos do desenvolvimento da imprensa, inclusive sobre o seu processo interno de institucionalização de princípios, normas, recursos e técnicas. Para o autor, a instituição jornalística está enraizada no ambiente histórico e social em que atua. Isto significaria dizer que o contexto espaço-temporal limita certas possibilidades de produção jornalística e configura relações e práticas sociais tanto externas à instituição (desempenho de papéis sociais instituídos e relações de poder na construção de sentidos e ações sociais) quanto internas a ela (princípios organizativos da instituição, tais como regras, metas, conflitos, pressões, imposições, disputas):

A instituição jornalística é um fenômeno cuja complexificação em sua estrutura, concepções, práticas e produtos tem sido acompanhada por um movimento paralelo de formulação de modelos mais sistemáticos e particulares para a sua compreensão e descrição, resultantes de um amadurecimento da percepção do próprio papel do jornalismo na sociedade (FRANCISCATO, 2005, p.164).

Na produção de informação de massa, temos, de um lado, a cultura profissional, entendida como

um emaranhado inextricável de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, padronizações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que controlam a sua confecção do produto-notícia e às modalidades que controlam a sua confecção. Posteriormente, a ideologia se traduz numa série de paradigmas e práticas profissionais adotadas como naturais” (GARBARINO apud WOLF, 2008, p.195).

Por outro lado, existem restrições ligadas à organização do trabalho, sobre as quais se constroem convenções profissionais, que determinam a definição de notícia, legitimam o processo de produção (do uso das fontes à seleção dos eventos, às modalidades de confecção). Determina-se, assim, um conjunto de critérios de relevância, que definem a noticiabilidade (*newsworthiness*) de cada evento, ou seja, a sua *aptidão* para ser transformado em notícia. A *noticiabilidade* é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2008).

Segundo Wainberg (1997), a autonomia dos repórteres e editores de O Cruzeiro ficou restrita às vontades políticas e humores de seu proprietário. Na edição do periódico, jornalistas, editores e diretores não possuíam qualquer autonomia para escrever e publicar matérias e opiniões, frutos de suas escolhas pessoais ou do grupo. Barbosa (2002), por outro lado, considera que os editores (*gatekeepers*) da revista publicavam somente reportagens, artigos e textos literários com um alto grau de noticiabilidade. Ela discorda de Wainberg, argumentando que os repórteres tinham liberdade para indicar pautas e desenvolvê-las, lembrando que o que mais se praticava na revista era a união entre redatores das matérias e um fotógrafo, como fora feito com a dupla David Nasser e Jean Manzon:

As reuniões de pauta eram semanais, cada repórter ou fotógrafo escolhia as reportagens de acordo com sua área de interesse. Dentro desse sistema temos que o fotógrafo Luís Carlos Barreto, hoje produtor de cinema, especializara-se em futebol, Indalécio Wanderley em concurso e vida de *miss* e Flavio Damm em reportagem sobre o sertão e crimes (BARBOSA, 2002, p.10).

Conclusões finais

Assim, chegamos ao objetivo da nossa pesquisa, que era descobrir, através de análise de conteúdo de exemplares, como eram abordados assuntos referentes ao fim da Segunda Guerra pela dupla David Nasser e Jean Manzon. Os resultados obtidos com essas análises nos trouxeram a uma conclusão diferente do que era esperado: no início da pesquisa, a expectativa era de que a publicação desse espaço para assuntos que mudaram o destino da humanidade, como a explosão das duas bombas atômicas em território japonês (em Hiroshima e Nagasaki em agosto de 1945) e rendição japonesa (em 02 de setembro de 1945). Estes acontecimentos certamente tiveram impacto na sociedade da época e teriam rendido grandes reportagens. Mas David Nasser e Jean Manzon tinham outro foco: mortes, tragédias, tristeza. Matérias permeadas de palavras que remetem aos horrores da Guerra. A partir do levantamento teórico realizado anteriormente, podemos perceber que é possível perceber influências de múltiplas teorias da comunicação para explicar o funcionamento do *fazer notícia* em O Cruzeiro.

É importante observar que, sendo uma publicação semanal, havia tempo para a elaboração do material: a possibilidade de que os jornalistas refletissem sobre o cenário social, indo além do *hard news* e da apuração diária dos fatos. É possível observar tal reflexo nas grandes reportagens da revista. Enquanto que, em diversos artigos opinativos ou reportagens informativas, que abordavam assuntos sérios, relativos ou não ao fim da guerra (as grandes reportagem costumavam envolver assuntos diversos, como o destino das crianças filhas de leproso ou a vida dos indígenas que viviam isolados em uma ilha do litoral paulista), a revista, invariavelmente, dedicava páginas e mais páginas a conteúdos mais supérfluos, funcionando como uma espécie de coluna social semanal, atualizando os leitores dos últimos casamentos envolvendo pessoas da *high society* carioca ou reportagens sobre a mais nova atriz de Hollywood. As matérias tratavam de assuntos diversos, mas sempre ressaltando a guerra como algo terrível e o seu fim como uma *salvação*, como o término de uma era. Alguns exemplos de assuntos pautados nas reportagens: 1. As histórias de soldados que enlouqueceram durante a guerra (e como estava sendo o seu tratamento psicológico); 2. A volta dos soldados brasileiros que foram lutar na Itália; 3. Como realmente eram os campos de concentração.

Para Gawryszewski (2009), é necessário trabalhar simultaneamente com a abordagem de múltiplas perspectivas que se enredam na história da revista. Assim, é fundamental considerar a perenidade do periódico, bem como as mudanças técnicas – que dizem respeito ao maquinário disponível, à adoção de novos padrões editoriais e estilos

fotográficos ocorridos ao longo das quase cinco décadas em que circulou. O poder e a influência de seu proprietário, Assis Chateaubriand, também deve ser outro aspecto a ser considerado. Jacques Wainberg (1997) questiona o objetivo mercadológico da revista e coloca no centro de sua análise a postura ideológica do semanário. Segundo o autor, O Cruzeiro, como parte de um conglomerado de meios de comunicação, sob o controle de Assis Chateaubriand, passa a ser uma extensão de seus interesses, de suas ideias e projetos, ideologia e desejos. Como todo empresário, Chateaubriand estava ora ligado ao governo, ora publicando críticas a este. A relação do empresário com Vargas, como já ficou evidenciado, dava-se de forma ambígua. Aqui temos a hipótese de Nelson Traquina (2003) acerca da teoria organizacional, e determinismo, ou melhor dito, um ditatorialismo organizacional de Breed. Segundo Wainberg (1997), a autonomia dos repórteres e editores de O Cruzeiro ficou, sim, restrita às vontades políticas e humores de seu proprietário. Na edição do periódico, jornalistas, editores e diretores não possuíam qualquer autonomia para escrever e publicar matérias e opiniões, frutos de suas escolhas pessoais ou do grupo. Barbosa (2002), por outro lado, considera que os editores (*gatekeepers*) da revista publicavam somente reportagens, artigos e textos literários com um alto grau de noticiabilidade. Ela discorda de Wainberg, argumentando que os repórteres tinham liberdade para indicar pautas e desenvolvê-las, lembrando que o que mais se praticava na revista era a união entre redatores das matérias e um fotógrafo, como fora feito com a dupla David Nasser e Jean Manzon.

Mas esta teoria sozinha não dá conta de justificar totalmente por que as matérias eram produzidas daquela forma. É por este motivo que recorreremos à teoria acerca dos critérios de noticiabilidade e valor-notícia. Entre os pontos levantados, Franciscato (2005), compreende que a instituição jornalística está entranhada no ambiente histórico e social em que atua. Isto significaria dizer que o contexto espaço-temporal limita certas possibilidades de produção jornalística e configura relações e práticas sociais tanto externas à instituição (desempenho de papéis sociais instituídos e relações de poder na construção de sentidos e ações sociais) quanto internas a ela (princípios organizativos da instituição, tais como regras, metas, conflitos, pressões, imposições, disputas). Os temas supracitados são abordados em meio a textos carregados de subjetividade. O conjunto de critérios de relevância, além das restrições ligadas à organização do trabalho (sobre as quais se constroem convenções profissionais) definem a noticiabilidade de cada evento, ou seja, a sua “aptidão” para ser transformado em notícia. Estes fatores explicariam o porquê de

Nasser e Manzon trazerem, em suas reportagens, casos sensacionais e trágicos, “que a imprensa daquela época abordava de forma insossa” (NETTO, 1998).

Por fim, tem-se a expectativa de que o presente trabalho possa contribuir para melhor compreender o papel da revista *O Cruzeiro* na sociedade da época e como os seus jornalistas, David Nasser e Jean Manzon, destacaram-se no cenário comunicacional da época. Assim, ampliamos as reflexões sobre um jornalismo que, embora exercido há quase um século atrás, foi de suma importância e ainda possui um espaço dentro das discussões teóricas acerca da comunicação.

Referências

BARBOSA, Marialva. “O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira”. In: **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense**. Rio de Janeiro, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CARVALHO, Luiz Maklouf. **Cobras Criadas: David Nasser e O Cruzeiro**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. “Análise de conteúdo”. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. Aracaju: Editora UFS, 2005.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. “Análise de conteúdo em jornalismo”. BENETTI, Márcia & LAGO, Cláudia (org). **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MORAIS, Fernando. **Chatô: O rei do Brasil**. São Paulo: Círculo do Livro, 1994.

NETTO, Accioly. **O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

ROMANELLO, Jorge Luiz. “Uma história da revista *O Cruzeiro* 1930-1960”. **O Cruzeiro: Uma revista (muito) ilustrada**. GAWRYZSEWSKI, Alberto (Org.). Londrina: Universidade Estadual de Londrina/LEDI, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

WAINBERG, Jacques. **O império das palavras**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.